

# **PENGARUH *BRAND IMAGE* MYTEA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PELAJAR KELAS XI SMA 47 JAKARTA, PERIODE MEI 2015)**

PUTRI NATIAFIKARANY 1501174291

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh *Brand Image* Mytea terhadap Loyalitas konsumen dan untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang diberikan oleh *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen. Penelitian juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan pihak-pihak terkait Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif, dimana penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan asosiatif dari dua variabel dengan teknik menyebarkan kuesioner kepada 74 responden yang sesuai dengan STP produk Mytea yaitu pelajar kelas XI SMA 47 Jakarta. Penelitian menggunakan dua variabel yaitu *Brand Image* (X) dan Loyalitas Konsumen (Y). Hasil yang dicapai melalui pengolahan data menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan valid, reliabel, dengan normal 25 butir pernyataan memiliki nilai yang sangat signifikan. Analisis korelasi yang dilakukan terhadap variabel X dan Y disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang cukup besar antara *Brand Image* Mytea terhadap Loyalitas Konsumen PT Suntory Garuda Beverage yaitu sebesar 53% dan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dan besar hubungan antara *Brand Image* dan Loyalitas Konsumen sebesar 0,728 yang berada pada range 0,60 – 0,799 yang mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang kuat, positif dan searah antara dua variabel. Simpulan bahwa pengaruh dan hubungan yang diberikan oleh *Brand Image* Mytea terhadap Loyalitas Konsumen adalah cukup baik. (PN)

**Kata Kunci :** Citra, Merek, Loyalitas, Konsumen

### ***Abstract***

*The objective of this research is to know how much the effect that is given by Brand Image Mytea towards the consumer loyalty and also to identify how big the relation which is given from Brand Image to the consumer loyalty. The objective of this research is also to give people more knowledge about the effect of brand image towards consumer loyalty. The research methodology that was used is associated quantitative, which was by spreading questionnaire to 74 respondents who were the XI class of SMA 47 Jakarta. The research was using 2 variables which are Brand Image (X) and Consumer Loyalty (Y). Results of data processing indicates that the measuring instrument used valid, reliable, with a normal 25-point declaration have very significant score. The correlation analysis were performed on the variables X and X concluded that the presence of high effect among Brand Image Mytea against Consumer Loyalty PT Suntory Garuda Beverage which are 53% and the less 47% is affected by other variable. And the total amount between Brand Image and Consumer Loyalty is 0,728 which is strong, positive and the sama direction . It can be concluded that influences and relationships provided by the Brand Image Mytea towards Consumer Loyalty is pretty good. (PN)*

***Keywords:*** Image, Brand, Loyalty, Consumer